mediametrie

Levallois, le 14 mai 2007

COMMUNIQUE DE PRESSE

L'audience de l'Internet en France

Mars 2007

Généralisation du haut débit qui enregistre une nouvelle progression spectaculaire

29,7 millions d'internautes[(1)] en France en mars 2007

Source : Médiamétrie - L'Observatoire des usages Internet - Mars 2007 - Copyright Médiamétrie - Tous droits réservés

En mars 2007, 29 704 000 Français âgés de 11 ans et plus, soit 56,5% de la population âgée de 11 ans et plus, se sont connectés à Internet au cours du dernier mois. La population internaute a progressé de 11% en un an de mars 2006 à mars 2007.

	Mars 2007	Mars 2006	Evolution
Nombre d'internautes âgés de 11 ans et plus déclarant s'être connectés à Internet au cours du dernier mois, quel que soit le lieu de connexion.	**29 704 000** **soit 56,5% des Français**	26 783 000 Soit 51,3% des Français	+ 11%

94% des internautes à domicile sont connectés en haut débit

Source : Médiamétrie - L'Observatoire des usages Internet - Mars 2007 - Copyright Médiamétrie - Tous droits réservés

22 737 000 internautes, soit plus de 94% des internautes à domicile, sont connectés en haut débit à domicile.
Cette population d'internautes est en progression de 38% par rapport à mars 2006, soit une augmentation de 6 307 000 internautes en un an.

	Mars 2007	Mars 2006	Evolution
Nombre d'internautes âgés de 11 ans et plus déclarant s'être connectés à Internet à domicile **via une connexion haut débit (câble ou ADSL)** au cours du dernier mois.	**22 737 000** **soit 94,2% des internautes domicile**	16 430 000 Soit 83,9% des internautes domicile	+ 38%

Près de 12 millions de foyers français ont accès à Internet

Source : Médiamétrie / GfK - La Référence des Equipements Multimédias - 1er Trimestre 2007 - Copyright Médiamétrie et GfK - Tous droits réservés

Au 1er trimestre 2007, 14,5 millions de foyers français (56,3%) sont équipés d'un micro-ordinateur. Avec 1 610 000 foyers supplémentaires, le nombre de foyers équipés a augmenté de 12% en un an.

Au 1er trimestre 2007, 11,8 millions de foyers (45,6%) ont accès à Internet, contre 9,9 millions (38,8%) au 1er trimestre 2006 soit une progression de 1 865 000 foyers (+19%) par rapport au 1er trimestre 2006.

	1er trimestre 2007	4ème trimestre 2006	1er trimestre 2006
Nombre de foyers équipés d'un micro-ordinateur	**14 524 000** **soit 56,3 % des foyers**	14 023 000 soit 54,9 % des foyers	12 914 000 soit 50,6 % des foyers
Nombre de foyers ayant accès à Internet	**11 776 000** **soit 45,6 % des foyers**	11 316 000 soit 44,3 % des foyers	9 911 000 soit 38,8 % des foyers

Le Top 30 des sites les plus visités en France

Tous lieux de connexion

Applications Internet exclues (2)

Source : Médiamétrie//NetRatings - Tous lieux de connexion - France - Mars 2007 - Copyright Médiamétrie//NetRatings - Tous droits réservé

Rang	Marque (3)	Visiteurs Uniques Tous Lieux de Connexion (4)
1	Google	21 041 000
2	Orange	14 658 000
3	MSN/Windows Live	14 531 000
4	Free	14 097 000
5	Yahoo!	11 270 000
6	Microsoft	11 124 000
7	PagesJaunes	10 752 000
8	eBay	9 821 000
9	Wikipedia	8 514 000
10	Voila	8 492 000
11	L Internaute	7 979 000
12	Mappy	7 447 000
13	TF1 Network (5)	7 356 000
14	Skyrock Network (5)	6 061 000
15	01net. Network (5)	5 991 000
16	Lycos Europe	5 633 000
17	aufeminin.com Network (5)	5 625 000
18	Fnac	5 610 000
19	YouTube	5 286 000
20	Alice	5 195 000
21	voyages-sncf.com	5 179 000
22	Doctissimo Network (5)	5 004 000
23	M6 Network (5)	4 977 000
24	ViaMichelin	4 951 000
25	AlloCine	4 851 000
26	Amazon	4 744 000
27	OverBlog	4 577 000
28	Bestofmedia Network (5)	4 533 000
29	La Redoute	4 500 000
30	Cdiscount.com	4 391 000

Le Top 30 des sites les plus visités en France

Tous lieux de connexion

Applications Internet incluses (2)

Source : Médiamétrie//NetRatings - Tous lieux de connexion - France - Mars 2007 - Copyright Médiamétrie//NetRatings - Tous droits réservés

Rang	Marque (3)	Visiteurs Uniques Tous Lieux de Connexion (4)
1	Google	21 113 000
2	MSN/Windows Live	17 322 000
3	Microsoft	16 829 000
4	Orange	15 251 000
5	Free	14 097 000
6	Yahoo!	11 584 000
7	PagesJaunes	10 752 000
8	eBay	9 821 000
9	Wikipedia	8 514 000
10	Voila	8 492 000
11	L Internaute	7 979 000
12	Mappy	7 447 000
13	TF1 Network (5)	7 356 000
14	Skyrock Network (5)	6 063 000
15	01net. Network (5)	5 991 000
16	eMule	5 914 000
17	AOL Media Network (5)	5 754 000
18	Lycos Europe	5 633 000
19	aufeminin.com Network (5)	5 625 000
20	Fnac	5 610 000
21	YouTube	5 286 000
22	Alice	5 200 000
23	voyages-sncf.com	5 179 000
24	Real Network (5)	5 172 000
25	Apple	5 039 000
26	Doctissimo Network (5)	5 004 000
27	M6 Network (5)	4 977 000
28	ViaMichelin	4 951 000
29	AlloCine	4 851 000
30	Amazon	4 744 000

Le Top 50 des sites supports de publicité, souscripteurs du service

Tous lieux de connexion

Applications Internet exclues (2)

Source : Médiamétrie//NetRatings - Tous lieux de connexion - France - Mars 2007 - Copyright Médiamétrie//NetRatings - Tous droits réservés

Rang	Marque (3)	Visiteurs Uniques Tous Lieux de Connexion (4)
1	Google	21 041 000
2	Orange	14 658 000
3	MSN/Windows Live	14 531 000
4	Yahoo!	11 270 000
5	PagesJaunes	10 752 000
6	Voila	8 492 000
7	L Internaute	7 979 000
8	Mappy	7 447 000
9	TF1 Network (5)	7 356 000
10	Skyrock Network (5)	6 061 000
11	01net. Network (5)	5 991 000
12	Lycos Europe	5 633 000
13	aufeminin.com Network (5)	5 625 000
14	Alice	5 195 000
15	Doctissimo Network (5)	5 004 000
16	M6 Network (5)	4 977 000
17	AlloCine	4 851 000
18	Bestofmedia Network (5)	4 533 000
19	La Redoute	4 500 000
20	France Televisions	4 300 000
21	Dailymotion	4 263 000
22	Groupe 3SI	4 173 000
23	Club-Internet	4 058 000
24	AOL Media Network (5) (*)	3 966 000
25	commentcamarche.net	3 300 000
26	LeGuide.com Network (5)	3 176 000
27	Clubic.com	3 121 000
28	Le Monde	2 788 000
29	Alapage	2 398 000
30	Shopping.com Network (5)	2 360 000
31	Prisma Presse (G+J) Network (5)	2 328 000
32	lastminute.com Network (5)	2 208 000
33	Boursorama Network (5)	2 136 000
33	SFR	2 136 000
35	Le Figaro	2 126 000
36	Groupe Express-Expansion Network (5)	2 075 000
37	Le Journal du Net	1 840 000
38	Caradisiac	1 771 000
39	nouvelobs.com	1 760 000
40	RATP	1 739 000
41	RTL Network (5)	1 693 000
42	Meetic	1 677 000
43	ZDNet	1 441 000
44	Newsweb Sports Network (5)	1 411 000
45	seloger.com network (5)	1 402 000
46	Expedia	1 386 000
47	CNET~	1 336 000
48	Topannonces.fr	1 267 000
49	Radio France	1 252 000
50	Liberation	1 222 000

* Hors AOL Propriétaire

Définitions et Méthodologies

DEFINITIONS

[1] **Internautes** : la population internaute de référence de ce communiqué est la population des « internautes dernier mois âgés de 11 ans et + », soit les individus s'étant connectés à Internet au cours des 30 derniers jours quel que soit leur lieu de connexion : domicile, travail, autres lieux [6] (lieux d'éducation, lieux publics ou privés tels que les cybercafés, les bibliothèques, chez des amis…)

[2] **Application Internet** : une Application Internet regroupe tout fichier « .exe » repéré par le logiciel et qui a été créé pour être utilisé avec Internet.
- Exemples d'applications Internet : applications de messageries instantanées, applications de lecteurs de contenu audio/video, applications de partage de fichiers média...
- Exemples d'applications non Internet : les logiciels basiques (traitement de texte, logiciels de base de données, etc), les programmes d'installation, les systèmes d'exploitation ou autres logiciels systèmes (impression, etc.).

[3] **Marque ou Brand** : le niveau « Brand » détaille l'audience des marques. Une brand est un agrégat de domaines, de sites uniques et/ou de pages rattachés à une même marque (exemple : si le site de la marque A est consultable aux adresses marqueA.fr et marqueA.com, la Brand marqueA agrégera l'audience de marqueA.fr et de marqueA.com).

[4] **Visiteurs Uniques Tous Lieux de Connexion** : Il s'agit du nombre total d'individus ayant visité une marque (brand) au moins une fois pour la période concernée, quel que soit le lieu de connexion. Les individus ayant visité la même marque plusieurs fois ne sont comptés qu'une seule fois.

[5] **Network** : Le network permet de rassembler sous un niveau unique un ensemble de sites différents réalisés par un même éditeur ou faisant l'objet d'une cession de trafic sous certaines conditions.
Sur chaque page de chacun des sites attachés à ce network, il doit être fait une mention claire de ce network, selon différentes options :
- Mention en haut de page du Network: logo du Network ou petit texte. Il est également possible d'intégrer le nom du Network dans la Brand,
- Mention du Network en bas de page: logo du Network ou petit texte
Cette mention doit être identique sur l'ensemble des pages du site concerné.

[6] **Autres lieux de connexion** : Désigne les lieux de connexion Internet autres que le domicile et le lieu de travail. Les autres lieux de connexion regroupent les lieux privés (chez des amis, parents, …), les lieux d'études (universités, écoles, bibliothèques, …), les lieux publics (cybercafés), ainsi que les ordinateurs en libre-service ou partagés sur le lieu de travail.

METHODOLOGIES

A/ Les Observatoires Numériques

Les Observatoires Numériques de Médiamétrie sont la gamme d'études de référence en matière d'équipements et d'usages Internet et multimédia.

Les Observatoires Numériques regroupent les études suivantes :

- La Référence des Équipements Multimédias fournit une vision globale et évolutive du parc multimédia des foyers français : équipements audiovisuels, téléphoniques, micro-informatiques et de l'accès Internet.
  Elle est réalisée conjointement par Médiamétrie et GfK chaque trimestre auprès d'un échantillon représentatif de 6 000 Français âgés de 15 ans et plus, interrogés en face à face sur les équipements médias et multimédias présents dans le foyer.

- L'Observatoire des Usages Internet et Téléphonie & Services Mobiles, suit l'évolution de la population internaute et de la population mobile et étudie en détail les usages en matière d'Internet et de téléphonie mobile des Français.
  Réalisé chaque mois auprès de 1 000 individus âgés de 11 ans et plus interrogés par téléphone, l'Observatoire des Usages Internet permet de regrouper les principales informations sur les internautes. Il étudie en parallèle les internautes et les non-internautes, de façon à pouvoir comparer le profil de ces deux populations. Le profil des internautes couvre une large gamme de critères d'analyse : démographiques, sociologiques, géographiques, économiques, loisirs, médias, multimédias... Pour enrichir la connaissance des internautes, ceux-ci sont interrogés sur leur type de connexion et les principaux usages qu'ils font d'Internet.

- En complément de l'Observatoire des Usages Internet, les études « Web 2.0 » et « Achat numérique » analysent en profondeur les nouveaux usages Web 2.0 (blogs, flux RSS, podcast,...) et l'impact d'Internet sur l'achat et les marques.

- Les 30 Chiffres Clés de l'Internet pour mieux connaître et appréhender le média Internet, en accédant rapidement et facilement, tous les trimestres, aux indicateurs structurants du média. Les 30 Chiffres Clés sont également déclinés sur des cibles (Femmes, Seniors, etc) ou des secteurs d'activités (Immobilier, Emploi, etc).

B/ Le Panel France de Médiamétrie//NetRatings

Les résultats mensuels du Panel France de Médiamétrie//NetRatings sont issus d'un échantillon de plus de 8 500 individus âgés de 2 ans et plus. Cet échantillon est représentatif de la population des internautes âgés de 2 ans et plus résidant en France et disposant d'un accès Internet à domicile et/ou sur le lieu de travail.

Ces informations générales concernant l'audience et les habitudes d'utilisation d'Internet peuvent être affinées en fonction des cibles (les femmes, les jeunes, les seniors, les cadres…) et des catégories de sites (évolution des sites d'information généralistes, des sites de e-commerce, des sites de voyages…)

C/ La Mesure d'Audience de l'Internet Tous Lieux de Connexion en France

Médiamétrie//NetRatings a développé une méthode exclusive d'évaluation de l'audience tous lieux de connexions. Elle permet d'obtenir une vision exhaustive des pratiques Internet des Français, en prenant pour la première fois en compte les autres lieux de connexion (6), en complément du domicile et du lieu de travail.

Cette extension du champ de la mesure est le résultat d'une modélisation statistique élaborée par Médiamétrie ; elle permet d'estimer l'audience Internet réalisée sur les autres lieux.
La modélisation est réalisée à partir des informations de trois études :
- Le panel Médiamétrie//NetRatings.
- L'Observatoire des Usages Internet.
- Une étude développée spécifiquement pour la mesure tous lieux : elle donne, par lieu de connexion, des indications sur le profil et le comportement de la population internaute, telles que la taille, le profil socio-démographique et la fréquence de connexion, ainsi que les catégories de sites visités.

Cette méthodologie unique s'appuie sur l'expertise scientifique des équipes et sur la précision des études de Médiamétrie//NetRatings dans le domaine de la mesure de l'audience de l'Internet. A ce titre, elle fait l'objet d'un dépôt de brevet par Médiamétrie.

A propos de Médiamétrie

Médiamétrie est l'entreprise de mesure d'audience et d'études des médias audiovisuels et électroniques. Sa vocation est d'assurer la mesure d'audience et de performance des médias audiovisuels et interactifs à un niveau de qualité permettant d'en faire la référence professionnelle unique pour l'ensemble des acteurs du marché, avec le consensus général. Créée en 1985, Médiamétrie développe ses activités en France et à l'international sur la Télévision, la Radio, le Cinéma, l'Internet, les Nouveaux Médias et la convergence des médias. En 2006, Médiamétrie a réalisé un chiffre d'affaires de 43 millions d'euros avec un effectif de 35 personnes.

A propos de Médiamétrie//NetRatings

Médiamétrie//NetRatings est la société créée et détenue conjointement par Médiamétrie et NetRatings. Médiamétrie//NetRatings développe et commercialise la mesure d'audience de référence de l'Internet en France.

Pour toute information presse contacter :
Laure OSMANIAN MOLINERO
Tél. : 01 47 58 97 55 - Fax : 01 47 58 09 26
E-mail : losmanian@mediametrie.fr
www.mediametrie.fr